

デジタルハリウッドにおける Webリッチメディアの専門学校教育の事例

デジタルハリウッド研究所 主任研究員/講師 深野 暁雄
デジタルハリウッド(株)

1994年に設立されたデジタルコンテンツ教育の専門校であるデジタルハリウッド。学校法人でない同校が、大卒・社会人経験者の就職・転職をターゲットにし、たった半年間で現場で即戦力として使える人材に仕上げるシステムで運営し、8年で約25000人の卒業生を業界で送り出している。

本研究発表では、なぜ故その設立に至ったか、短期間でのカリキュラム構成、デジタル教育における多くの問題点、時代の変化への対応、などを説明。また、次の時代に必要とされる人材「Webリッチメディア」について研究・調査した内容を発表する。

さらに、「産学協同」というコンセプトを突き詰め、激動する現代に沿った人材育成・人材発掘を、企業と協力して、どのように取り組めば良いか同校が発表した企画についても説明する。

The case of the vocational school education of "Web Rich Media" in DigitalHollywood.

Digital Hollywood laboratory Head research worker/instructor **Akio Fukano**
Digital Hollywood (Inc.)

Digital Hollywood which is special school of the digital contents education that it is established in 1994. It is not the school which a country decided.

Many applicants for an entrance into a school are the person who hopes for college graduate industry student's and member of society experienced person's employment and the job-change. The curriculum made the talented people who only become military strength in the spot as soon as possible in the half-year is being enforced. About 25000 graduates are seen off in the business world at 8 years.

The following contents are announced in this research announcement.

:Why did you reach school establishment? What kind of thing is curriculum composition in a short time? What is in many problems in the digital education? How do you cope with it to the change in the age?

And, the contents that research was investigated about the talented people "Web Rich Media" who should be necessary in the next age are announced.

Furthermore, the concept of "Industry-school co-operation" is investigated thoroughly.

You have only to grapple in cooperation with the enterprise how, or talented people raising along the convulsed present day and a talented people excavation are explained as for the project as well.

【1】 デジタルハリウッドは学校法人ではない・・・会社設立の経緯と趣旨

デジタルハリウッド学校長 杉山知之経歴 <http://www.dhw.co.jp/school/greeting.html>

1954年1月27日東京都生まれ。77年、日本大学理工学部建築学科卒業。79年、同・大学院理工学研究科修了。79年、日本大学理工学部助手となりコンピュータシミュレーションによる建築音響設計を多数手掛ける。代表作にBunkamura オーチャード/コクーンホール、名古屋市総合体育館など。

87年より、MITメディア・ラボ客員研究員として3年間活動。90年、国際メディア研究財団・主任研究員、93年、日本大学短期大学部専任講師を経て、94年10月、デジタルハリウッド設立、著書に「デジタル・ストリーム・未来のり・デザイン」(NTT出版)

<http://www.nttpub.co.jp/vbook/list/detail/0005.html>

学校長がMITメディアラボで80年代後半「IT」などという言葉すらない当時に、すでに現在に近い3DCGや音や映像のデジタル表現とネットワークを用いた研究員同士の情報交換を体験し、こういったコンテンツを作成できる人材の必要性を感じ、日本に帰国している。

しかし、日本での大学・短大では彼の教育の考えを受け付けることはなかった。ひたすらコンピュータは「理系」で基礎的なプログラミング習得が主であり、美術・デザインは「文系」であり、デジタルの表現などを考える余地がない時代で、この2つの融合の教育は困難であった。

さらに、2～4年という長い期間で、それも学生の持つ潜在意識を伸ばすべく基礎教育に終始している状態で、「現場で即戦力になる人材育成」は受け入れられなかった。

では、専門学校では、という手段であるが、そこでは既存の建築・機械・情報処理など産業があり、そこでの人材育成をコンセプトするため、「まだ未開拓な分野の人材育成」という発想が出ない。それは就職率という数字が学校の良し悪しを判断する基準となるからだ。

さらに、杉山校長の教育の考え方では、コンピュータのソフトやハードの進化は、どんどん加速し、1度の購入で最低10年は使わなければいけない、という学校法人のスタイルでは、とても時代に即した人材にならない、という問題にもぶつかっていた。

ところが、杉山校長が自らいくつかの企業へ意見を求めると、協賛いただくことができた。産業界と学校のギャップが既にあった訳だ。そういった企業の出資で「株式会社」としてのデジタルハリウッドが設立されることになる。これは既存の(当時)文部省の認可する学校法人でないで、それに囚われない教育コンセプトとカリキュラムが設定できる体制が可能になった。が、設備面で国の援助が受けられず、税に対する控除はなく、常に経営状態を危惧しなくてはならない状態になり、比較的高めの学費、教室設備の回転率の向上、多くの募集という課題も発生することになる。

しかし、当時で「3Dコンピュータグラフィック」「CD-ROMコンテンツ」「デジタルデザイン」を学びたいと思う新しい発想を持った学校の選択肢はデジタルハリウッドしかなく、そこへ集まる学生は後を絶たなかった。

まだ業界がない人材をどうやって受け入れるのか?という手段には、デジタルコンテンツ制作プロダクションと人材派遣業の会社の設立をし、グループ会社にするというものだ。それがデジタルハリウッド・ストリームがそれである(<http://www.dhw.co.jp/company/dhstream.html>)。卒業生はそこでインターンで現場で学んだり、派遣先で仕事のスキルを上げるべく活動できる。

結果、設立8年目となる2002年で全国に9拠点校を持ち、USAロスアンゼルス、韓国ソウルの海外2校合わせて卒業生が25000人を数えることになる。USAのCG学会、SIGGRAPHのコンテストでは学生ながら日本初の3年連続入賞を果たす功績を残している。現在では、デジタルコンテンツの現場

での人材の多くが同校の卒業生で占めており、日本の IT 分野を支える大きな力になっている。

注：ここでいう「IT 分野」は「コンテンツ作成」であるマスコミの言う「IT 分野」とは、パソコン製造、半導体、携帯電話、通信事業を差す。それらは昨年までで多くの国民に行き渡っているので停滞するのはあたりまえである。実際に道路ができた、という状態で、そこを流す車＝デジタルコンテンツ、を作成していかないと、さらに落ち込みが激しくなることに気づかないのは問題である、と提言したい。

【2】 半年、それも会社に通いながら専門技術を習得する・・・短期間カリキュラム構成

デジタルハリウッドへ来る受講生は、主に大学、短大、専門学校卒であるか、社会人経験者である。年齢のハードルは設定していない。主婦も 40 歳半ばの男性も再起をかけて学びに来る。そのなかの多くが自分の意志で学校を決め、学費を払って来ている。社会人ならば、退職金を使ってまで自分の人生をかえるために学びに来る。その理由は、現在の仕事（とくにバブル絶頂時の入社）や現在まで学んだ学問（親や高校の先生の言われた通りの学校と分野）を経て、「これは、本当に自分がやりたかったことではない」という意思がある人が集まっている。「自分の意志で学ぶ」。あたりまえのことであるが、実現した教育機関が存在するだろうか？

半年間のコースの開講は 1、4、7、10 月の年 4 回。授業は昼間部で週 2 回の登校であり、朝 10 時～15 時の間にマシンの前で集中的に指導される。夜間であれば 19 時～21 時を週 2 回になる。ゆえに会社や学校に通いながら学ぶことが可能である仕組みだ。また、1 教室で入学時期のずれた多くのクラスを平行して運営できる。マシンを使う授業では講師は話を止めず進め、受講生はそれに従いソフトの使い方を学ぶので、演習として自習だけするスタイルは取っていない。教室の空いている時間、または 24 時間完全開放している夜間に再度自分で演習を行う。この「オールナイト製作」という、独特のスタイルも特徴的だ。かならず講師より多くの課題が出るので、受講生はハードな学習スタイルを要求される。自分が理解するまで、作品の完成度が納得いくまで、納期に追われ寝る間を惜しみ、恋人との時間を裂き学校に来る。

もう 1 日は座学であり、ソフト&ハードウェアを使いこなすための基礎知識を始め、著作権、色彩学を始め最も大事な企画・コンセプトや演出を学ぶ。実はこちらが重要であり、デジタルデザインの方向を決める重要な要素であり、3 ヶ月単位で改善・強化している。

それだけではない。何か創りたい、という熱い思いを持つ受講生が年々減少しつつある。また、ビジネスやマーケティングができず、自己満足的な作品が多くなり始めた。さらに、個人の殻に閉じこもり、コミュニケーション能力に欠けるため、現場での他人数のプロジェクトができない人も増えてきた。そこで、ケーススタディやワークショップなどの企画・制作・プレゼンテーションというロールプレイングを経験させ、習得させている。自分探しをさせ、意識改革までをカリキュラムとしている訳だ。

そうやって 6 ヶ月の修業を得て、卒業制作期間を 2 ヶ月設定し、オリジナル作品を制作し、それを持って企業にプレゼンテーションし就業する。もちろん中途採用・アルバイトである。

スタッフは、この 8 ヶ月の流れを、統制してカリキュラムをコーディネートする。依頼する各授業・講師との細密な打合せによって最短の現場で使えるテクニックだけを身に付けるよう授業を構成する。最低でも 1 つの OS、3～8 本のツール（アプリケーション）の習得、1～2 種類のプログラミング言語、2 つ以上の卒業規定課題全てをその期間内で習得できるように織り込むべく構築する。

「そんな短期で無理だ」というご意見も開講時は多く頂いた。その手段は「教えない」ということだ。ツールの全てをダラダラ説明すれば、それは 1 年以上かかる。しかし、現場使う範囲だけ、それも導入部分

だけを教える手段を取っている。機能の探求は課題を与え、マニュアルやヘルプを読み、講師へ質問して「習得」すべきことであるからだ。結果、短時間で意欲のある学生ほど多くを習得する。逆にそれ以上長い期間であると、ソフト・ハードが陳腐化し即戦力にならない人材になる。デジタル表現を基盤とした教育では当然といえば当然であるが、既存の学校ではできないことである。

デジタルハリウッドではコンピュータ教育でありながら美術教育であり、さらにビジネス教育を併用している。ゆえに、数値的な評価はツールが習得できたか？という最小限に留め、優劣をつけていない。講師数人による講評コメントを受講者に与え、自分の作品は相対的に、人それぞれの観点でどのように見えるか？を理解する。また、その評価はオープンで発表会で口頭でされるため、クラスメイトの作品講評も聞くことができる。ここでポイントは美術教育的な講評コメントを避け、作品＝「商品」であり、「売れる」ものである追及を強く指摘される。その点を、また同級生で意見をぶつけ合う。そうやって、ぶつかって解り会えた「志を同じにする者」は一生の友となる。彼らは初めて自分の意志で考え、それを人に伝え、手を動かしモノを創り上げる感動と苦しみを味わう。さらに、その作品のついて辛口な評価を現場でのデザイナー・クリエイターより貰い、手痛いダメージを受ける。しかし、そういった経験を大学を出るまで、または、社会人を何年も経験した人物が「生まれて始めて体験した」という言葉を多く聞く。「数字の成績」でしか自分の価値や存在を感じられなかった人物が、教室中の同級生からの作品についての感動の声や拍手を聞くことで、「創る喜び」に目覚め、人生を大きく変えるきっかけを生み出している。

【3】 時代の先を読んだ人材育成・・・Webリッチメディアへの展開

デジタルハリウッドが発足時に3DCG、CD-ROM コンテンツ製作と一切業界が無いと「学校関係者には見えた」時代だった。しかし、セガ・サターン、ソニー・プレイステーションなどの3DCGのゲーム機、ジュラシックパーク、ターミネーター2などのCGエフェクトの映画、雑誌への付録、学習教材としてのCD-ROMの定番化が、あっという間に訪れ、卒業生は即時に業界へ出て行った。

これは単純に「企業としては今後そういう人材は必要」という情報があった上での判断で、業界があり、人材供給が安定しないと、コースカリキュラムを設定しない方針ではない、という点だ。

さらに、そういった展望でのカリキュラムを「魅力ある学校」と判断できるモチベーションを持った学生が集まり、高い出席率と学習効率が可能になった。また、企業のプロジェクトで必要とした企業より自ら学びに来る場合もあった。よって、短期の習得が可能である理由の1つだ。

それも時代の変化に柔軟に対応していく姿勢がポイントにある。ハードウェア、ソフトウェアの選択で、その点を生かしています。96年に3DCGソフト、Softimage3Dを追加したという理由は、ゲーム大手メカ、セガ社が格闘ゲーム「バーチャファイター」、そしてジュラシックパークの恐竜が、そのソフトで作られていたからである。それは決して優秀なソフトとは言えなかった。しかし、それらの業界キラーコンテンツを生み出したソフトのノウハウは、必ず業界を引っ張る原動力になる、という確信が出る。逆に、業界自体にそのソフトが使われていない、という判断が出れば、即時の変更をかける。たとえば94年次より、Macintoshでの印刷・マルチメディア分野での3DCGソフトは米ストラタ社製STRATA-Studioを使用していた。しかし、同社が経営危機になり、開発が進まなくなり現場ユーザ離れが始まった時点で弊社もエクストール社Shadeへ移行している。その判断には原価償却基準や法的な規制は無い。当然だが、そういった読みの失敗事例も数多くある。が、リスクを学校という組織が負うことがない、というのはナンセンスである。逆にいかに安く業者が持ってこようが、ソフトが高性能だろうと、現場で使用されていないツールは除外している。バージョンアップについても同様だ。

検討サイクルは3ヶ月~6ヶ月。そのつどカリキュラムとテキストの見直しを講師と行う。並行して最新ソフト&ハードウェアのバージョンアップの検証とそれに沿ってテキストを開発。こういった業務を「デジタルハリウッド研究所」という社内に研究機関を設け、一律で研究・管理している。いわば教育のRD(リサーチ・デベロッパー)である。

しかし、インターネットのWebデザイン、インフラ整備、サーバ構築のIT関連へのカリキュラム転換に関しては若干の出遅れを来した。それは、デジタルハリウッドが「3DCGとマルチメディアの学校」というイメージが、受講希望者に着いてしまい、残念なことに同社スタッフ内部にも「このままでよい」という企業数年にして安定志向・保守的発想が生まれ、旧体系の学校となり始めた時期があった。

しかし、現在はその意識は改革され、新しい方向性を見出している。弊社が、そのキッカケを求めたのは「Webリッチメディア」という答えだ。

私は1999年に次の世代に必要なデジタルメディアは何か?を模索していた。まだ「ブロードバンド時代」「IT革命」などという言葉も無い頃である。

3DCGの産業とは「ゲーム」「映画」「TV」という分野である。不況になった状態(今まさに)で生活が厳しいのに娯楽に裂くお金は出ない。また、それらの分野でのCGの利用は一般化し、美しいCGのゲームやTV番組が消費者を驚かせるに至らなくなり始め、必ずしも大きな利益を出さなくなると予想した。USAの学会ACM分科会のSIGGRAPH-1999にWeb3DというVRMLと違う高品位・高圧縮でWWWブラウザで3DCGを見せる技術に出会った訳である。そこで、日本は製造・工業の分野が協力であるならば、この分野を製品カタログ・マニュアルとしてネットビジネスで活用できないか?と考えたわけである。

そこで2001年7月にスウェーデンCyore社のCULT3Dという技術を教育パートナーとして提携し、少人数ながら開講に結びつけた。しかし同年10月には、この新しいインターネットの表現方法でコンテンツ制作をしたい多くの受講生が訪れることになり、すでに全国で数クラス、100人あまり卒業している。学生作品サイト=CULT3Dクリエイターズフォーラム <http://www.web3dcg.com>

Webリッチメディアは基本は3DCGを用いたインタラクティブなビジュアルイゼーションであるが、それに、動画ストーリーミング、パノラマ、ズーム、2Dベクトルアニメーションを併用した表現である。また、データベースシステムと連動してオーダーメイドの製品発注や、喋るサイト案内キャラクターなど多彩な利用が可能である。

主な開発メーカは以下のような企業がある。以下4つに関してデジタルハリウッドは人材育成に取り組んでいる。

Viewpoint社 VET・・・Webリッチメディアの最強テクノロジーであり、高画質・項圧縮

<http://www.viewpoint.com/>

Cycore社 CULT3D・・・Macやブラウザを問わないため製品として最適。PDFやPowerPointも可。

<http://www.cult3d.com/default.asp>

PulseTechnology社 Pulse3D・・・キャラクターを使ったエンタテイメントに最適。声と同期も可。

<http://www.pulse3d.com/index.asp>

Macromedia社 Shockwave3D・・・ネットワークゲームに最適。高度な物理シミュレーションも可。

<http://www.macromedia.com/jp/software/director/>

Web リッチメディアフォーラム (<http://www.w3d-j.com/>) への関与も 1 つの布石ある。

代表は深野暁雄が勤め、先述の「Web リッチメディア」の製作プロダクション数社と弊社が、この技術を広めるべく活動する非営利啓蒙団体である。「必要とされる人材が業界に無いので教育はしない」ではなく、「新たな業界を学校と企業と作成し、そこへ人材を送り込む教育を創る」という発想での行動である。参加の企業に実際、卒業生が就職したり、インターンシップで活動しているケースもある。

ブロードバンド時代とは何か？これが間違いなく企業と個人、個人同士を結ぶ大きな変化の元になりうると考えるからであり、その分野への人材育成は必須である。しかし、それはまだ、どんなものが大きな変化が見えない。ゆえに教育に反映できない、という判断では教育機関として未来は無いだろう。ブロードバンドで多くの情報が流れることによって、いままでインターネット回線やパソコン性能の制限で、文字や小さい静止画でしか出来なかったコミュニケーションを「生」のひとと人が直接会うことに近いものを与えるべきである、と考える。そのための Web リッチメディアが最も適した表現手段であり、人材を必要とすると考えた。良い例として、以下のイージーユーズ・ジャパンというショッピングサイトがある。素っ気無い EC とは違い、単に買い物する際に店員が動画で商品について質問に答えてくれたり、常連になれる。これは普通の店舗での接客業であり、「人とのふれあい」が商品購入を生む原点帰っただけだ。

http://www.ezuz.co.jp/liveatmall.asp?a_tp=1&a_id=64&ezshop=index

【4】 デジタルハリウッド・パートナーズ・・・真の意味の「実践的産学協同」への布石

この論文で述べているのは 2001 年までのデジタルハリウッドであり、これまでの軌跡でしかない。現在さらに進化した教育システムへ移行を企画・実行へ着実に駒を進めている。多くは語れないが、その 1 つが、デジタルハリウッド・パートナーズ (<http://partners.dhw.co.jp/>) である。以下、サイトよりコンセプトの引用である。

『デジタルハリウッド・パートナーズでは、「求人」や「カリキュラムの共同開発」、「在校生・卒業生によるインターンシップ・OJT」、「その他ジョイントプロジェクト」など、弊社（デジタルハリウッド）と様々な取組みを日頃よりしていただいております企業法人様（学校法人様）に、まず「デジタルハリウッド・パートナーズ会員」としてご登録いただきます。会員企業様には、人材に関するご要望をお聞かせいただくことで、より実践的な優秀な人材の育成・輩出で貢献させていただきます。さらに会員企業様同士の交流を促進することによるビジネスのお手伝い、デジタル及び IT 関連の情報提供、コンサルテーション、コンテンツ・システム開発等の様々な分野におきましても、お手伝いさせていただきたく考えております。』

結論として、ここまでデジタルハリウッドの成功を支えていた点をまとめる。

- 1) 必ず業界の先をヒアリングして必要な人材スキルをカリキュラムに即時の反映
- 2) 1 が変異した瞬間を見越し、即時の方向転換。これも企業からのヒアリング
- 3) 1、2 を可能にする現場で必要とされる範囲に絞った短期の学習カリキュラム
- 4) 単にアーティストにならない社会的思考ができる意識付けを含めたロールプレイ
- 5) 1～3 を包括する備品・人件費を考えた予算編成と備品のリニューアルと教材作成
- 6) 1 に戻り、企業のニーズに合わせて人材の排出と、送り出した結果の検証し、さらなるカリキュラムの即時変更。
- 7) さらに製作プロダクション企業、派遣企業、ベンチャー支援企業などをグループに設立し、ヒアリング先、人材の輩出先を確保する。

実はシンプルであり、それをこなす『意思』と『スピード』が全てであるといえるだろう。